

## O QUARTO PODER CASTRADO THE CASTRATED FOURTH POWER

- Ricardo Jorge Melo Nunes  
(CIEF/ESE-IPS, Portugal)

ricardo.nunes@ese.ips.pt

### Resumo

A afirmação de poder, tão velha quanto a história da humanidade, tão dispersa nas suas formas e rostos, tão abrangente nos territórios e ambições, faz do seu intuito um pendulo permanente e incansável. O Quarto Poder, tema eleito para a presente proposta, é vizinho do poder político, judicial e executivo, e quantas vezes denominado por “Contrapoder”, “Equilíbrio entre os Poderes” e “Poder Moderador”. Hoje, na esteira de desafios, constrangimentos e ameaças, luta pela sobrevivência, entre os deslumbramentos tecnológicos, os mesmos que fazem turvar a perceção entre o certo e o errado, o bom e o mau, a transparência e a opacidade, e perigosamente a destruição de fronteiras entre a verdade e a mentira. Averso aos fundamentos da tradição jornalística, ao respeito pelos princípios éticos e deontológicos, o cenário transmedia, as narrativas sem fronteira e a ininterrupta corrente dos media sociais são hoje ameaças reais ao poder dos media que, já tendo sido reconhecido como “Frustrado”, correndo agora o sério risco de ser “Castrado” no pensamento e na ação. Na defesa de um jornalismo livre, independente e defensor dos ideais democráticos, a presente proposta assenta num cenário de oportunidades e riscos ao jornalismo hiperconectado, traço de identidade inscrito no universo digital, o mesmo caldo que tende a asfixia-lo e a, porventura, descaracterizar a sua raiz e orientação. Pior, a desvirtuar a sua essência mais nobre – ser manifestação de liberdade e independência. Face aos comportamentos de risco dos promotores das fake news e dos influenciadores, é exigido um esforço de natureza superior para que a identidade e a autoridade dos *media* e do jornalismo prevaleçam. Poder castrado, não!

Palavras-chave: jornalismo, fake news, poder

## Abstract

The affirmation of power, as old as the history of humankind, so diverse in its shapes and faces, so vast in its territories and ambitions, makes of its purpose a tireless and permanent pendulum. The fourth power, the theme chosen for the current application, is close to the political, judicial and executive powers, and so many times called “Counter power”, “Balance between Powers” and “Mediator Power”. Today, having undergone challenges, constraints and threats, it struggles for survival, amid the technological dazzling, the same that blur the perception between right and wrong, good and evil, transparency and opacity, and dangerously the destruction of frontiers between truth and falsehood. Contrary to the groundings of journalistic tradition, and to the respect for the ethical and deontological principles, the *transmedia* scenery, the non-borders narratives and the uninterrupted flow of the social media are real life threats today to the power of *media* that, having been recognized as “Frustrated”, facing now the serious risk of being “Castrated” in thought and in action. In the defense of a free journalism, independent and defender of the democratic ideals, the current application settles on scenery of opportunities and risks to the hyperconnected journalism, a trace of the identity of the digital universe, the same *soup* that tends to asphyxiate it and, by chance, change its roots and orientation; worse, to misinterpret its nobler essence – to be the manifestation of freedom and independence. Due to the risk behavior of the promoters of fake news and influencers, an effort of a higher nature is demanded so that the identity and the authority of the media and journalism prevail. Castrated Power no!

Key words: journalism, fake news, power

Focado na reflexão sobre a influência das *fake news* na sociedade contemporânea e, em particular, no campo dos *media*, a presente reflexão tem como objeto de estudo um projeto editorial que, neste exato momento, perfaz um ano de atividade: o Polígrafo. Assumido como um *site* jornalístico que procura encontrar a verdade dos factos por entre o emaranhado de informação pouco precisa e intencionalmente falseada, é aqui observado num contexto de um fenómeno de grande dimensão: a necessidade de reforçar a verificação dos factos na senda de uma informação segura, isenta e verdadeira. Para melhor entender o contexto do seu nascimento e o alvo da sua ação foi realizada uma entrevista em profundidade ao seu diretor, Fernando Esteves, procurando-se obter do discurso do seu mentor dados que permitam ilações para melhor

compreender a realidade mediática em que nos movemos. Assim, as próximas páginas constituem o recorte de uma investigação mais vasta em que o autor procura situar o problema e apresentar uma análise circunstanciada espacial e temporalmente.

A afirmação de poder, tão velha quanto a história da humanidade, tão dispersa nas suas formas e rostos, tão abrangente nos territórios e ambições, faz do seu intuito um pendulo permanente e incansável. *O Quarto Poder*, aparentado do poder político, judicial e executivo, e quantas vezes denominado por *Contrapoder*, *Equilíbrio entre os Poderes*, *Poder Moderador* e *Poder Frustrado* é hoje encarado na esteira de desafios, constrangimentos e ameaças. Luta pela sobrevivência, entre os deslumbramentos tecnológicos, os mesmos que fazem turvar a perceção entre o certo e o errado, o bom e o mau, a transparência e a opacidade, e perigosamente, a destruição de fronteiras entre a verdade e a mentira. Centremo-nos, por isso, nas várias interpretações que dele têm sido feitas, e nos modos como os *media* afirmam, ou pretendem afirmar um exercício de liberdade e cidadania, num mundo cada vez mais minado, hostil e transversalmente perigoso.

Distinguir, eleger e contrastar a verdade dos factos é tão antiga quanta a génese do jornalismo: validar as fontes, ouvir as partes, interpretar os testemunhos, narrar os factos com objetividade e isenção. Se historicamente o jornalismo é a atividade profissional que conta a verdade, o mundo contemporâneo tem-se afirmado como um gigantesco palco em que *players* com intencionalidades diversas procuram formatar uma verdade, condicionar o juízo de factos construídos, por vezes inventados, tantas vezes exercício puro de difamação. Aquando da Guerra do Golfo, 84% dos trezentos jornalistas questionados pelo *L'Express* e por *Réporters Sans Frontières*, confessaram terem sido manipulados durante o conflito. Constatou Alain Woodrow que “Os jornalistas descobriram bruscamente a fragilidade da profissão e a jactância das suas pretensões” (1991:33). Embora o passado acumulasse um histórico impressionante de episódios de desinformação, como bem documenta Volkoff (2000), o jornalismo-espetáculo, manietado na ação e, por consequência na narrativa a apresentar ao mundo, encontra na Guerra do Golfo, um momento inaugural de encenação mediática: “Uma guerra sem imagens e onde as informações eram cuidadosamente filtradas. Enorme nariz de palmo e meio feito a uma máquina de comunicação que se julgava toda-poderosa” (1991:33). A ilustração torna evidente a luta constante entre a palavra e a imagem, o uso que delas se faz e o que resulta da sua correta ou maléfica utilização. A verificação dos factos,

prática fundadora do jornalismo, ganhou um sublinhado muito particular a partir do momento em que deixou de ser suficiente ver para crer, escutar e ler para acreditar. Hoje, o espaço da informação, no sentido mais lato da sua aceção, tem de ser visto de um modo cartesiano: duvidar e confrontar até resistir a verdade plena.

Distinguir verdade e mentira, tem sido medido através dos tempos por múltiplas formas, entre as quais o polígrafo – um aparelho sensível a variáveis fisiológicas e que procura identificar a veracidade de um relato. Para reforçar a confiança da informação, e apesar das múltiplas antenas e crivos próprios da atividade jornalística, o *fact-checking*, aqui entendido como a dupla ou tripla verificação dos factos, tornou-se bandeira maior, em nome da informação clara, inequívoca, isenta, objetiva e, por tudo isto, verdadeira.

O Polígrafo, primeiro jornal digital português para detetar “verdades”, “mentiras”, e assinalar com “pimenta na língua” factos, comentadores e influenciadores é o objeto da presente comunicação. Através dele iremos interpretar o mundo das verdades verdadeiras e das verdades falsas, porque desonestamente construídas, movidas por interesses de vária ordem. Fernando Esteves, jornalista, ex-editor de Política e Internacional da revista Sábado é o seu mentor e protagonista central na análise que se pretende abordar. É através do seu olhar e, naturalmente, nas conceções teóricas sobre o tema, que procuraremos entender porque se tornou necessário verificar as informações que circulam no amplo ecossistema dos *media*, sobretudo, nas redes sociais. Ser um “Google da Verdade”, na expressão do seu impulsionador é o objetivo maior do Polígrafo que vê no trabalho incessante da triagem e da confrontação a razão maior da sua existência. Conhecedor do universo do *fact checking* pelas funções anteriormente desempenhadas, e por ser inspirado em periódicos como *PolitiFact* e *FactCheck.org*, pretende ser uma “referência de verdade no espaço público e, por outro lado, aprofundar a democracia através do escrutínio dos agentes que se movimentam no espaço público. Estamos a falar de políticos, de comentadores, de influenciadores nas redes sociais. De todas as pessoas cuja voz conta e cuja voz tem a capacidade para criar opinião, na medida em que são pessoas influentes entre os eleitores, para nós contam. Ao fazermos o escrutínio do que essas pessoas dizem fazemos com que elas sejam mais exigentes nas suas afirmações o que faz com que, ao dizerem menos mentiras, ao serem mais corretas, aprofunda a sua relação com os eleitores, que se sentem menos enganados e o dano

colateral é o aprofundamento e o melhoramento da democracia” (Esteves, 2019. Entrevista)

Este periódico-laboratório, pretende ser um embrião de “*fact-checkers*”, uma ambição assumida e que tem dado provas de que há terreno fértil para a fecundação de jornalismo de excelência, em prol de uma informação verdadeira e de uma sociedade civil esclarecida. Se a mentira tem perna curta, e se tornar-se viral tem hoje um sentido profundamente dúbio, Fernando Esteves, considera que o compromisso e o sucesso do Polígrafo assentam numa ideia aparentemente contraditória: “A verdade é profundamente viral”. Mas sendo esta uma premissa válida, terá força suficiente para contrariar o dano provocado pela mentira? Não havendo uma resposta imediata, o diretor da publicação considera que o caminho iniciado é uma forma de identificar quem trapaceia os factos e, em consequência, repor a versão certa dos acontecimentos. Os dados de tráfego no *site* são classificados por este como “bestiais” – havia o objetivo de alcançar 1 milhão de *page views* ao fim de 6 meses e esse resultado foi conseguido em 19 dias. Em relação a este aspeto não só os objetivos foram alcançados, como, no cronograma gizado, claramente superados. Fernando Esteves considera que a proximidade de contacto entre o Polígrafo e o público foram fundamentais para que o projeto se afirmasse. Foi necessário romper com uma lógica instalada, a de que os jornalistas têm uma tendência para “trabalharem uns para os outros. Mais preocupados com aquilo que a comunidade jornalística ia pensar, daquilo que escrevia do que propriamente aquilo que os leitores estavam à espera que escrevessem” (Entrevista). Ao invés, o Polígrafo pretendeu, desde o início “construir pontes com os leitores”, fazendo destes, protagonistas ativos no processo pois, é para estes que se dirige o resultado do trabalho. Recorrendo às redes sociais, nomeadamente, ao *whatsapp*, *instagram* ou mesmo ao “café virtual”, o jornal abre-se ao exterior daí resultando enormes benefícios para ambas as partes: “Fazemos questão de envolver os leitores no processo de produção noticiosa, incentivando-os a enviarem-nos informações. Portanto, a minha principal preocupação é abrir portas e janelas do projeto e depois os leitores escolhem aquelas por onde se sentem mais confortáveis”. (Entrevista)

Fernando Esteves considera que se impôs uma cultura de exigência em múltiplos sentidos, em profissionais mais atentos, num público mais interventivo e em decisores mais observados. “O mais importante, afirma, foi fazer com que os agentes que se

movimentam na esfera pública fossem mais exigentes consigo próprios. Todos os dias verificamos isso. Todos os dias: na Assembleia [da República] os deputados têm outro cuidado a falar, sentimos uma grande diferença de atitude desde que a 6 de novembro começamos o nosso trabalho. Já com 3 eleições pelo caminho sentimos que os agentes são muito mais cuidadosos, há menos manipulação, muito menos inverdades no espaço público. Mas, depois, de forma muito evidente, nas eleições europeias os nossos *fact checks* foram utilizados pelos candidatos, ou para atestar da sua credibilidade, ou para colocar a rivalidade dos seus rivais em causa e o seu ponto máximo foi sentido nas eleições em que o primeiro-ministro, António Costa, no momento mais dramático da sua campanha, na suposta tentativa de agressão em que um popular lhe dizia que ele estava de férias aquando dos incêndios de Pedrogão, ele disse às câmaras de televisão, «Isso não é verdade, isso já foi desmentido pelo Polígrafo». Ora, sublinha, isso coloca o Polígrafo como referência de credibilidade na praça pública e esse era o objetivo número um quando decidi lançar o projeto. Desse ponto de vista, só posso sentir-me reconhecido” (Entrevista)

Face a um novo enquadramento social e tecnológico, foi necessário interpretar os fenómenos emergentes e parar para escutar e perceber as suas origens, formas de expressão e impactos. Uma das conclusões assinaladas é o facto de que a “desinformação aumentou brutalmente e os hábitos nas redes sociais e que, nomeadamente, os hábitos de leitura dos consumidores de informação também se alteraram brutalmente”. Quando cerca de 60% da informação é consumida nas redes sociais sem o escrutínio jornalístico, é necessário impor alguma regulação. Acresce a esta realidade o facto de que a comunicação social preponderante, em vez de se fortalecer para fazer face a este tipo de fenómeno tem vindo a enfraquecer, em concreto, por causa da crise económica. Constata Fernando Esteves que, “As redações estão hoje mais vazias, porque os jornais vendem menos. São estruturas mais curtas, sem memória, pois uma boa parte dos jornalistas mais antigos saíram da carreira. Ou porque se cansaram, ou porque as organizações se cansaram deles, porque eram muito caros. Isso fez com que o jornalismo ficasse pouco ágil, pouco rápido e as mentiras propagam-se de forma muito rápida e sem grandes meios para fazer face a este tipo de pragas informativas. O *fact checking* surge neste universo, neste enquadramento. Surge como uma tentativa dentro do jornalismo de, alguma forma, tapar o buraco que as organizações *mainstream* criaram. Ao não fazerem o seu trabalho de *fact checking* que

devia ser um trabalho diário, de qualquer organização jornalística, os *fact checkers* acabaram por ganhar um espaço, porque o fazem de uma forma quase obsessiva, de forma profissional e os resultados do seu trabalho são também muito mais evidentes”. Ilusão a tirar de todo este processo, reconhece Esteves, “ Se o jornalismo *main stream* funcionasse como deveria funcionar, de fato, o *fact check* acabaria por não ser necessário porque o jornalismo por si só já é um exercício de *fact check*, ou deveria ser.” (Entrevista).

Desde o início do projeto que o Polígrafo tinha idealizado um sucedâneo televisivo. Após vários contactos, surgiu a possibilidade de se desenvolver na SIC, um espaço de “liberdade” como o define Fernando Esteves, porque só em “liberdade o jornalismo pode respirar”. A atual parceria com o canal de televisão SIC surgiu como uma espécie de caixa-de-ressonância da mensagem do jornal – “ Hoje, toda a gente sabe o que é o *fact check*, toda a gente tomou contacto com o *fact check*. O programa é visto, em média, por um milhão de pessoas todas as segundas-feiras, é quase sempre o espaço mais visto dentro do Jornal da Noite, jornal líder de audiências e, portanto, o resultado mais evidente foi a massificação da nossa mensagem e o escrutínio sobre os agentes que se movimentam no espaço público”.

“Checar” a informação, como correntemente se verbaliza na gíria jornalística, é a base de todo o trabalho desenvolvido pelo Polígrafo e que assenta em cinco passos fundamentais: “Consultar a fonte original da informação; Consultar fontes de natureza documental que possam solidificar o processo de checagem; Ouvir os autores da afirmação, dando-lhes o direito de a explicar; Contextualizar a informação; e Avaliar a informação de acordo com uma escala de avaliação”. Essa escala, é gradual e, como é referido no *site* do jornal, “como a realidade não é branca ou negra”, o resultado da verificação poderá ser “Verdadeiro”, “Verdadeiro, mas...”, “Impreciso”, “Falso”, “Pimenta na Língua”. Deste modo, são classificadas as notícias que, carecendo de clarificação, são confrontadas com os procedimentos referidos e apresentadas publicamente no *site* ou na televisão.

A natureza das novas plataformas de comunicação reforça a argumentação de Foucault de que o poder pouco ou nada tem de geometria vertical: não é qualquer coisa que surja

de cima e se imponha em algo abaixo. Como defende o autor, o poder “está em toda a parte; não porque engloba tudo, mas porque vem de toda a parte”. Como acrescenta Marcos (1989), é “uma matriz geral de relacionamentos de forças, com dispositivos e estratégias específicas que o saber tece. Assim, e face às múltiplas ferramentas digitais, o poder assume uma horizontalidade sem precedentes, desfazendo fronteiras entre dominadores e dominados e baralhando papéis convencionalmente aceites. Numa antecipação que por ora assistimos, Dan Gilmor (2005) expressava que a crescente facilidade de acesso à internet e a todas as suas potencialidades de comunicação iriam baralhar os papéis dos vários *players*, permitindo aos utilizadores a produção de notícias e conteúdos com efeitos imprevisíveis – nascia o cidadão-jornalista. As potencialidades de um emergente jornalismo cívico mas igualmente os perigos de uma mudança de protagonistas eram apontados por Gilmor, antecipando cenários, entretanto, concretizados. Blogues, *Chats*, Fóruns, e-mails eram apresentados como utensílios que conferiam ao cidadão comum um protagonismo nunca assinalado na esfera dos *media*. Esta seria apenas uma ponte do icebergue a ser vislumbrada pois, o tempo encarregar-se-ia de mostrar que refinadas estratégias de comunicação iriam emergir, em nome de interesses suspeitos e com finalidades duvidosas. Poderosas forças motrizes, “fábricas de notícias falsas”, na expressão de Maia (2018) encontrariam terreno fértil e num ambiente permeável à proliferação de realidades mascaradas. Constatam Esteves e Sampaio (2019) que “a produção de *fake news* transformou-se numa espécie de indústria poluente, tão lucrativa para os que a exploram quanto tóxica e nociva para os que a consomem” (p.41). Constata a dupla de autores que, a dimensão deste fenómeno é de carácter planetário já que se formou “uma indústria de *fake news* que representa uma ameaça premente às eleições democráticas em todo o mundo (p.21). Na expressão de Breton, em *A Palavra Manipulada*, surge uma ideia concreta sobre os modos de intoxicar, deliberadamente a opinião pública, reconhecendo a existência de mecanismos que sustentam e disseminam a “mentira organizada” (2001:28).

Duas pistas são avançadas para contrariar a perigosa tendência de instrumentalizar a informação e as sociedades: a educação para os *media*, agora com a renovada designação de literacia digital, é um dos instrumentos defendidos por grande parte dos teóricos. Capacitar todos os cidadãos de sentido crítico e instrumentos de análise é mandatório para enfrentar a nebulosa incerteza de múltiplas informações tomadas como certas. Esteves e Sampaio (2019) referem que “a partir do momento em que a indústria de *fake news* é utilizada de forma sistemática como um instrumento de propaganda



política, desinformação e manipulação da opinião pública, torna-se ainda mais urgente a neutralização desse vírus” (p.41). Quais, indagamos, a resposta aponta para “as medidas de profilaxia mais eficazes na promoção da literacia digital mediática e da verificação dos factos” (p.41). *Fact checking*, procedimento basilar da atividade jornalística é agora repetido até à exaustão, nunca sendo demais defender que a verificação dos factos é a única forma de apresentar informação credível e esclarecer responsabilmente sociedades que se pretendem livres. Fernando Esteves socorre-se do facto de que esta é uma das formas de agir contra um “fenómeno terrível” e ensinar as pessoas desde muito cedo para conseguir diferenciar as realidades com as quais são confrontadas: “Temos que dar às pessoas instrumentos, desde crianças, para compreenderem o que têm à frente. Para, por exemplo, diante de uma informação, não devem partilhá-la sem a ler. Perante uma imagem que lhes provoque alguma estranheza não devem partilhá-la sem saber qual a sua origem. É uma revolução cultural que tem de ser feita, no sentido de fazer com que as pessoas entendam que, por cada partilha cega que fizerem no *Facebook*, ou através de outra rede social estão a dar uma machadada na democracia”. (Entrevista).

Complementa o diretor do Polígrafo que a fraca literacia digital é um terreno oportuno para todos os que pretendem controlar e condicionar a opinião pública através de estratégias fraudulentas pois, “uma população que seja sensível aos discursos populistas que se caracterizam por colocar o sistema e as instituições em causa, é uma população enfraquecida. Expõe a democracia a perigos que até agora não existiam. Não é por acaso que todos os movimentos de extrema-direita que aparecerem um pouco por todo o lado, são fenómenos que foram amplamente exponenciados pela internet, lugar onde não existe contraditório e onde toda a gente diz o que quer, de forma irresponsável”. Só deste modo, será possível contrariar os dados do Eurobarómetro que revela que 52% dos portugueses não têm capacidade para distinguir uma verdade de uma falsidade através das redes sociais e que, nesta matéria, estamos abaixo da média europeia. Justamente para evitar uma situação de *Infocalypse* (Ovadya, 2016), ou seja, quando a mentira, a ficção e a realidade se confundem, quando as pessoas deixam de ter capacidade para perceber se uma informação é verdadeira ou falsa, tal o requinte e a perfeição da falsidade, é necessário recorrer a todos os alertas e mecanismos de clarificação. Prevenir e atuar no sentido de identificar e desconstruir as manigâncias da

manipulação de imagem e texto, resultado de depurados processos tecnológicos, nomeadamente de inteligência artificial é uma das principais tarefas da atualidade.

Avesso aos fundamentos da tradição jornalística, ao respeito pelos princípios éticos e deontológicos, o cenário transmedia, as narrativas sem fronteira e a ininterrupta corrente dos media sociais, são hoje ameaças reais ao poder dos media que, já tendo sido reconhecido como *Frustrado* e *Quarta Fraqueza*, corre o sério risco de ser Castrado no pensamento e na ação. Na defesa de um jornalismo livre, independente e defensor dos ideais democráticos, a presente proposta assenta num cenário de oportunidades e riscos ao jornalismo hiperconectado, traço de identidade inscrito no universo digital, o mesmo caldo que tende a asfixia-lo e a, porventura, descaracterizar a sua raiz e orientação. Pior, a desvirtuar a sua essência mais nobre – ser manifestação de liberdade e independência. Face aos comportamentos de risco dos promotores das *fake news* e de (alguns) *influencers*, é exigido um esforço de natureza superior para que a identidade e a autoridade dos *media* e do jornalismo prevaleçam. Na certeza de que o homem sempre conviveu com mentiras e verdades, erros e imprecisões, compete aos jornalistas validar as máximas de que azeite e vinagre não se misturam e de que a verdade deve vir sempre ao de cima. Em nome da responsabilidade social compete, acima de tudo aos *media*, validar a informação e dar ao público informação honesta. Independentemente se é forma de poder e de que forma é que se encontra investido e legitimado o jornalismo é uma expressão de liberdade e de verdade. Logo, poder castrado, não!

#### Bibliografia:

D’Ancola, M. (2018). Pós-verdade: a nova guerra contra os factos em tempos de fake news. Barueri: Faro Editorial

Baptista, C. (2018). Das boas notícias às falsas notícias. Revista Eletra, (4), páginas 23-35.

Breton, P. (2001). A palavra manipulada. Lisboa: Editorial Caminho.

Esteves, F., Sampaio, G. (2019). Viral – a epidemia de *fake news* e a guerra da desinformação. Porto Salvo: Desassossego.

Esteves, F. (2019, 22 outubro). Entrevista por R. Nunes (registo digital).

Gaia, A. C. O. S., Baldi, V. (2019). Quem averigua as notícias, os algoritmos ou jornalistas? A lógica crítica de C. S. Peirce como processo de identificação de uma Fake News. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación* (46). páginas 241-260.

Guerreiro, António (2018). Rezar pelo Jornalismo. *Revista Eletra* (4), páginas 15- 20.

Jacobelli, J. (1995). *Check-uo del giornalismo italiano*, Roma-Bari, Laterza, p. V., apud Mário Mesquita, *O 4º Equívoco: O Poder dos media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra: Minerva Coimbra

Keyes, R. (2004). *The post-truth era: dishonesty and deception in contemporary life*. New York: St. Martin's Press.

Woodrow, A. (1991). *Informação manipulação*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Lopes, R. (s/d). O poder dos media na sociedade contemporânea. Biblioteca Online das Ciências da Comunicação. Disponível em <<http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/04/lopes-rita-media-e-poder.pdf>>

Mesquita, M. (2019). Perceções contemporâneas do poder dos media. *Revista Comunicação & Sociedade*, (41) 77-105.

Pardo, J. L. (2018). Jornalismo, redes sociais e liberdade de expressão. *Revista Eletra*, (4), páginas 35-49.

Silva, A. F. (2019). Porque é que as *fake news* se transformaram em protagonistas do jornalismo contemporâneo?. *Comunicação Pública*, Vol.14 (26) . Disponível em: <http://journals.openedition.org/cp/4139> ; DOI : 10.4000/cp.4139

Traquina, N. (s/d). Quem vigia o “Quarto Poder”. Compós, Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1431.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1431.pdf)

Volkoff, V. (2000). *Pequena história da desinformação – do cavalo de Tróia à internet*, Lisboa: Notícias Editorial.

Warzel, C. (2018). Ele previu a crise de notícias falsas de 2016. Agora está preocupado com um apocalipse de informações. Disponível em:

<https://www.buzzfeed.com/br/charliewarzel/apocalypse-informacoes-internet>,  
consultado a 10.11.2019